KAMPAGNEN-ANALYSE

KAMPAGNENANALYSE RADIO (KARA)
VERSANDHÄNDLER, 2023

ARD MEDIA

KARA FÜR VERSANDHÄNDLER

VERSANDHÄNDLER WIRBT IN DER VORWEIHNACHTSZEIT ÜBERS RADIO

Versandhändler-Spot glänzt mit Markennennungen

DIE VORWEIHNACHTSZEIT IST FÜR VIELE NICHT NUR EINE GEMÜTLICHE UND BESINNLICHE ZEIT, SONDERN HÄUFIG AUCH MIT STRESS VERBUNDEN – ALLERDINGS NICHT ZWANGSLÄUFIG.

Der Radiospot eines Versandhändlers berichtete im Oktober 2023, dass dieser die gewünschte Ware stressfrei nach Hause liefert. Informiert wurde in der Radiokampagne außerdem über die versandkostenfreie Bestelloption via Katalog und online. Dabei glänzte der Spot nicht nur mit einer Vielzahl an Markennennungen, sondern auch mit dem Slogan und dem Jingle jeweils am Spotanfang und -ende.

Eine Begleitforschung zeigt die Erfolge der Kampagne hinsichtlich der verschiedenen Kommunikationsziele. Demnach hat die Radiokampagne nicht nur Bekanntheit und Werbeerinnerung des Versandhändlers gefördert, sondern ihn auch ins Relevant Set gebracht: Auf Grund der Kampagne kommt für 1,36 Mio. Menschen zusätzlich ein Einkauf beim Versandhändler in Frage (+ 27 %). Auch der Jingle, der ohnehin schon eine hohe Bekanntheit genießt, wurde weiteren 920 Tsd. Personen aus der Zielgruppe bekannt gemacht (+ 7 %).

KARA für Versandhändler, 2023

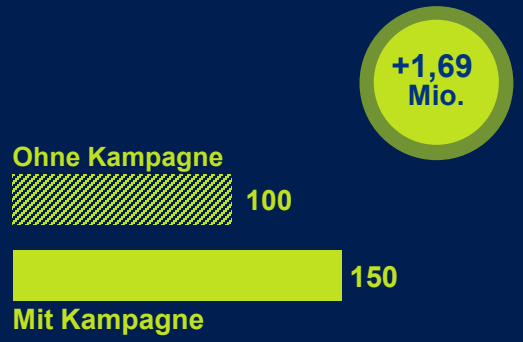
ARD MEDIA

RADIO WIRKT

WERBEEFFEKT FÜR VERSANDHÄNDLER

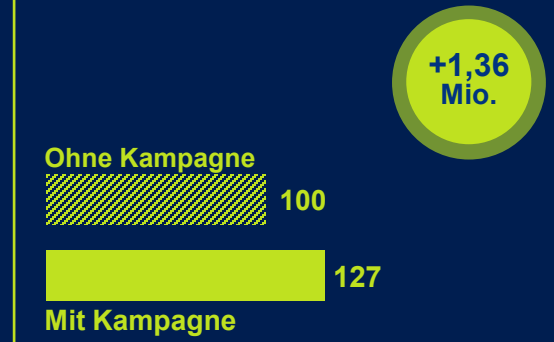
#1 WERBEERINNERUNG

„Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für … gehört, gesehen oder gelesen?“



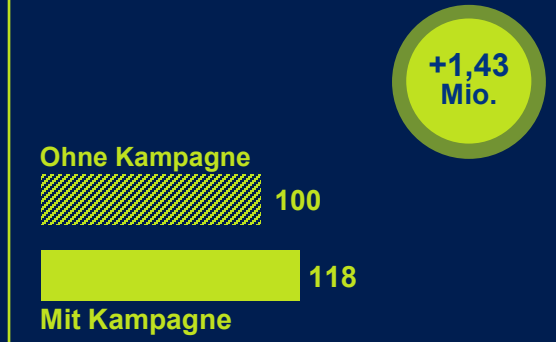
#2 RELEVANT SET

„Käme für Sie ein Einkauf bei … grundsätzlich in Frage?“



#3 IMAGE

Zustimmung „… steht für Qualität“



Darstellung als Index: Ausgangswert = 100
Quelle: ARD MEDIA KARA 2023; n = 542; repräsentativ für Personen 50-69, national

ARD MEDIA

DEINE ANSPRECHPARTNERIN

Saskia Stork
Advertising & Market Insights
Telefon: +49 (0)69 / 15424-127
Mobil: +49 (0)171 / 9960310
saskia.stork@ard-media.de

ARD MEDIA